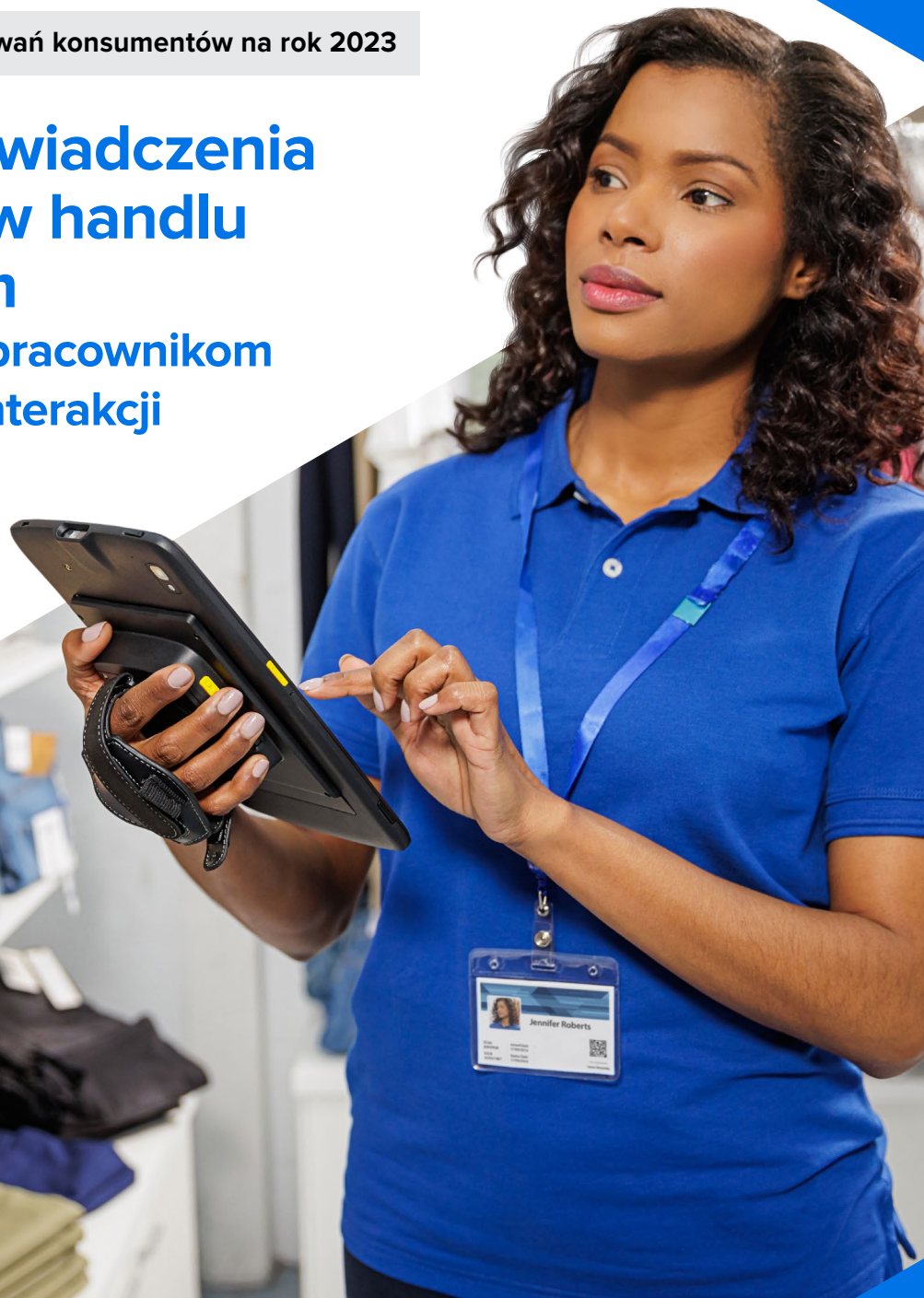




Globalne badanie zachowań konsumentów na rok 2023

Lepsze doświadczenia zakupowe w handlu detalicznym

Jak umożliwić pracownikom wzbogacenie interakcji z klientami?



Pracownicy odgrywają kluczową rolę w kształtowaniu doświadczeń zakupowych klientów, zapewnianiu wysokiego poziomu zadowolenia i poprawianiu ogólnych wyników sklepu. Sprzedawcy detaliczni wykorzystują technologię, aby przyspieszyć szkolenia, stworzyć bardziej przyjazne środowisko pracy i zwiększyć ogólną efektywność swoich pracowników.

Sprawdź, jaki wpływ na środowisko handlu detalicznego mają pracownicy wyposażeni w zaawansowane technologie.

Rynek pod lupą

Wraz z ewolucją oczekiwań klientów przed sprzedawcami detalicznymi stają nowe wyzwania, które uwypuklają kluczową rolę pracowników w tej dynamicznie zmieniającej się branży. Pracownicy handlu detalicznego są dziś nieodzowni w integrowaniu sfery cyfrowej i fizycznej — odpowiednio dostosowując swoje podejście, są w stanie zaoferować spersonalizowaną, płynną obsługę mimo zróżnicowanych preferencji klientów. Dzięki swoim kompetencjom mogą zapewnić klientom wygodę i personalizację, której kupujący oczekują w dzisiejszym świecie sprzedaży wielokanałowej.

Kluczowi koordynatorzy sprzedaży wielokanałowej zgłaszają swoje obawy

(% pracowników)

Konsumenci mają lepszy dostęp do informacji niż personel

77%
przyznaje, że **klienci mają lepszy dostęp do informacji niż pracownicy sklepów**

+15% od 2022 r. | +40% od 2019 r.



Sklepy spożywcze

60%



Hipermarkety

81%



Drogerie

82%



Sklepy ogólne

77%

Brak odpowiednich narzędzi do inwentaryzacji

81%
uważa, że **aby zapewnić dokładność danych i dostępność towaru, ich firma potrzebuje lepszych narzędzi do zarządzania zapasami**

+7% od 2022 r.



Sklepy spożywcze

79%



Hipermarkety

78%



Drogerie

82%



Sklepy ogólne

85%

Wyzwania związane z częstymi zwrotami i logistyką zwrotną

56%
potwierdza, że ich **sklep oferuje zwroty online, i wskazuje na kluczowe problemy**



Osoby często dokonujące zwrotów

74%



Logistyka zwrotna

63%



Brak wydzielonego obszaru do odbioru zamówień/zwrotu towaru

40%

Transformacja: nowa era innowacji w handlu detalicznym



93%

przyznaje, że możliwość składania zamówień na urządzeniach mobilnych pomaga spełnić oczekiwania klientów



85%

jest zdania, że sztuczna inteligencja pomoże im osiągnąć większą produktywność



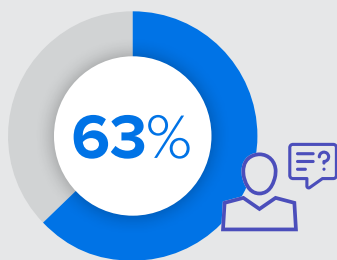
83%

twierdzi, że ważne jest dla nich, aby pracować dla odpowiedzialnego społecznie i środowiskowo sprzedawcy detalicznego

Wzmocnienie osobistego kontaktu: Lepsze doświadczenia zakupowe w handlu detalicznym

Wypożyczenie w odpowiednie narzędzia i przeszkoleni pracownicy mogą odpowiadać na pytania, rozwiązywać problemy i dawać rekomendacje dostosowane do indywidualnych potrzeb klientów. Doskonała obsługa klienta może być decydującym czynnikiem, który wpływa na ogólne wrażenia ze sprzedaży detalicznej i zwiększa lojalność klientów. Konsumentom wyrażają jednak większą potrzebę pomocy ze strony pracowników w sklepach, a pracownicy odczuwają frustrację z powodu konieczności wykonywania mało istotnych zadań, które ograniczają ich zdolność do świadczenia usług o wartości dodanej dla klientów. Podczas gdy obecność sprzedawców detalicznych zapewnia spersonalizowany kontakt, którego sama technologia nie jest jeszcze w stanie odtworzyć, wdrożenie najnowocześniejszej technologii może pomóc w osiągnięciu wyższego standardu obsługi we wszystkich punktach kontaktu z klientem.

Zmniejszenie liczby pracowników w sklepach nie pozostaje bez echa



klientów jest zaniepokojonych brakiem pomocy w sklepie

Według pokolenia

Pokolenie Z (wiek 18+)	Pokolenie Y	Pokolenie X	Pokolenie wyżej demograficznego
71%	66%	56%	63%

Pracownicy ujawniają swoje frustracje

(wśród pracowników zajmujących się sprzedażą i obsługą klienta w sklepach stacjonarnych)

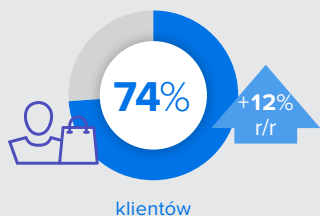
61% zgadza się, że jest mało czasu na pomoc klientom, ponieważ pracownicy są zajęci wykonywaniem innych, mniej istotnych zadań

48% zgłasza brak adekwatnych narzędzi do zapewnienia klientom spersonalizowanej obsługi

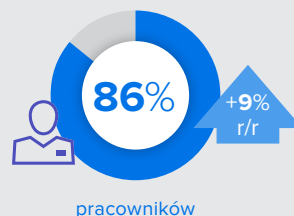
47% przyznaje, że klienci są w stanie znaleźć informacje o cenach i produktach na swoich smartfonach szybciej niż pracownicy

41% zgłasza otrzymywanie skarg na brak towaru

Zarówno pracownicy, jak i konsumenci doceniają rolę technologii w poprawie doświadczeń zakupowych



zgadza się, że klienci mają lepsze wrażenia z obsługi, gdy pomagający im ekspedientci korzystają z najnowszych technologii



Przełomowe rozwiązania zapewniające najwyższą jakość obsługi

80%

pracowników twierdzi, że może zapewnić klientom lepsze doświadczenia zakupowe, korzystając z ręcznych skanerów kodów kreskowych, mobilnych urządzeń z funkcjami punktów sprzedaży i kas samoobsługowych

Potęga technologii: pokonywanie problemów kadrowych i zwiększanie zysków ze sprzedaży detalicznej

Sprzedawcy detaliczni stoją przed coraz większymi wyzwaniami związanymi z zatrudnianiem personelu i utrzymaniem odpowiedniej marży zysku. Aż 84% osób decyzyjnych uważa, że zatrudnianie, szkolenie i utrzymanie wykwalifikowanego personelu sklepu stanowi dużą trudność, a nastroje te potęguje zmaganie się z kwestią zrównoważenia wyższych wynagrodzeń pracowników z utrzymaniem zysków. W kontekście tych obaw technologia nabiera kluczowego znaczenia.

Z pojawienia się kas samoobsługowych zadowoleni są zarówno pracownicy, jak i osoby decyzyjne, ze względu na to, że umożliwiają one przydzielenie personelu do zadań o wyższym priorytecie oraz poprawiają środowisko zakupów i obsługę klienta. Znaczny odsetek pracowników branży detalicznej potwierdza pozytywny zwrot z inwestycji płynący z wdrożenia tego rozwiązania w sklepach. Ponadto, pracownicy coraz bardziej cenią narzędzia umożliwiające np. widoczność zapasów w czasie rzeczywistym, ze względu na to, jak bardzo zwiększają wydajność pracy i jakość obsługi klienta, co sygnalizuje zmianę w kierunku bardziej zintegrowanego technologicznie i rentownego środowiska handlu detalicznego.

Inwestycje technologiczne są fundamentem długoterminowej rentowności sklepów



Pracownicy

86%

Kasy samoobsługowe pozwalają pracownikom zająć się ważniejszymi zadaniami i zapewnić klientom lepszą obsługę



Osoby decyzyjne

88%

85%

Kasy samoobsługowe poprawiają jakość obsługi klienta

88%

84%

Inwestycje w kasy samoobsługowe są opłacalne / zapewniają dobry zwrot z inwestycji

87%

Pracownicy wskazują narzędzia poprawiające wydajność pracy i obsługę klienta



85%



Widoczność zapasów w czasie rzeczywistym



82%



RFID



82%



Elektroniczne etykiety na półki



78%



Sztuczna inteligencja/uczenie się maszyn

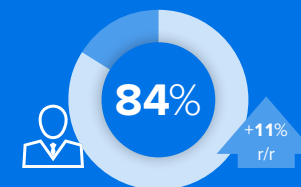


75%

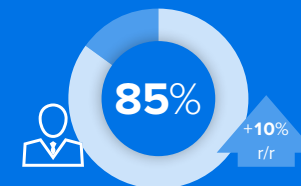
Generatywna sztuczna inteligencja



Niedobór pracowników nasila obawy detalistów o utrzymanie odpowiedniej marży zysku



Zatrudnienie i zatrzymanie wykwalifikowanego personelu sklepu stanowi poważne wyzwanie



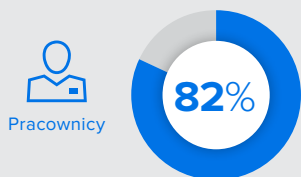
Utrzymywanie marży zysku przy jednoczesnym zaspokajaniu oczekiwań pracowników w zakresie wynagrodzeń i świadczeń stanowi dla firmy znaczne wyzwanie

Pokonywanie wyzwań kadrowych

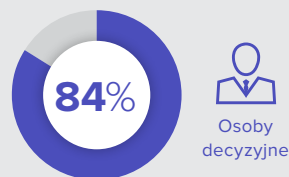
Przyciąganie i utrzymywanie uzdolnionych technologicznie pracowników w erze cyfrowej. Przy stale zmieniającym się krajobrazie rynku pracy, przyciąganie i utrzymywanie uzdolnionych pracowników stanowi dla sprzedawców detalicznych znaczące wyzwanie. Zapotrzebowanie branży na zróżnicowany zestaw umiejętności, obejmujący obsługę klienta, wiedzę o produktach, znajomość technologii cyfrowych i zdolności adaptacyjne, potęguje ten ciągły problem. Wraz z rozwojem handlu elektronicznego wzrosło również zapotrzebowanie na pracowników obeznanych z technologią, którzy potrafią poruszać się po platformach internetowych i z powodzeniem wykorzystywać najnowocześniejsze rozwiązania technologiczne do wykonywania zadań, takich jak zliczanie towaru i sprawna realizacja zamówień.

Pracownicy coraz częściej dostrzegają pozytywny wpływ urządzeń i narzędzi analitycznych na ustalanie priorytetowych zadań i współpracę z zespołem. Oczekuje się, że oprogramowanie do zarządzania zadaniami i pracownikami będzie stale zyskiwać na popularności.

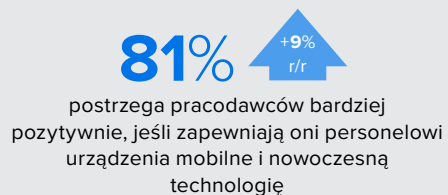
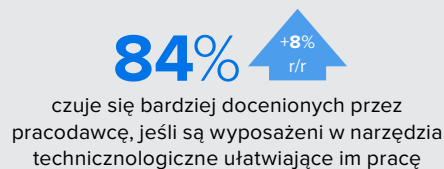
Personel i kadra kierownicza doceniają rolę technologii w przyciąganiu pracowników



przynajmniej, że sklepy, które wykorzystują technologię i urządzenia mobilne, przyciągają i utrzymują więcej pracowników

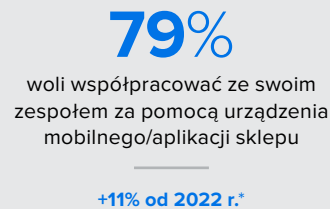
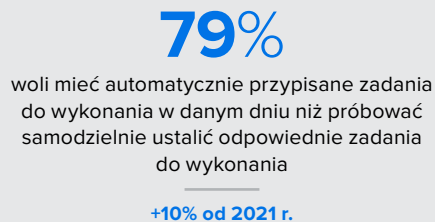
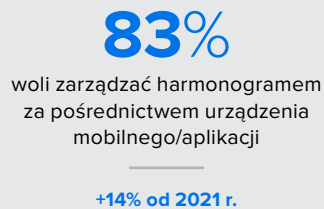


Pracownicy czują się docenieni, mając dostęp do zaawansowanych narzędzi technologicznych



Harmonia cyfrowa: równowaga między życiem zawodowym a prywatnym

(preferencje pracowników, % zgadzających się osób)



*Pytania nie zadano w 2021 r.



Elastyczne rozwiązania do zarządzania personelem zyskują na popularności

(% osób decyzyjnych, które planują wdrożenie w ciągu najbliższych 5 lat)

57%

Oprogramowanie do zarządzania zadaniami

60%

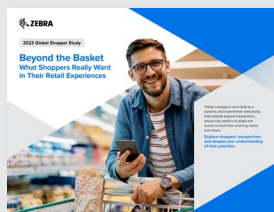
Oprogramowanie do zarządzania pracownikami (harmonogramy pracy, czas i obecności, rozwiązania samoobsługowe dla pracowników)

Spojrzenie w przyszłość pracowników handlu detalicznego

Dynamiczny rynek pracy w handlu detalicznym obejmuje szerokie spektrum pracowników pracujących w środowisku sprzedaży wielokanałowej, co odzwierciedla stale ewoluujący charakter tej branży. Ciągłe zapotrzebowanie na wszechstronnych i zorientowanych na klienta pracowników ma coraz większe znaczenie, w miarę jak różnicuje się krajobraz sprzedaży detalicznej. Podczas gdy personel odgrywa kluczową rolę w dostarczaniu udanych doświadczeń zakupowych zarówno w sklepach stacjonarnych, jak i za pośrednictwem cyfrowego interfejsu, wielu pracowników jest przeciążonych mało istotnymi zadaniami, co utrudnia im zapewnianie możliwie najlepszej ścieżki zakupowej dla klientów. Osobisty kontakt z pracownikami pozostaje niezastąpiony, ale wykorzystanie najnowocześniejszych technologii może znacznie usprawnić działalność operacyjną, dzięki wypełnieniu luki pomiędzy sferą fizyczną i internetową oraz zwiększeniu wydajności pracy w całej firmie. Dostosowanie się do skomplikowanych wymagań rynku pracy i ery transformacji technologicznej ma dziś zasadnicze znaczenie dla osiągnięcia sukcesu w handlu detalicznym.

Informacje na temat badania

Firma Zebra Technologies zleciła przeprowadzenie globalnego badania wśród dorosłych konsumentów (wiek 18+), osób decyzyjnych i pracowników w sektorze handlu detalicznego, aby przeanalizować trendy i technologie kształtujące transformację tego sektora. W tegorocznym badaniu, przeprowadzonym online przez firmę Azure Knowledge Corporation, udział wzięło ponad 4200 respondentów. Poruszane tematy to m.in. doświadczenia zakupowe klientów, wykorzystanie urządzeń i technologii, opcje dostawy i realizacji zamówień w sklepach stacjonarnych i online. Przeprowadzone przez firmę Zebra coroczne globalne badanie zachowań konsumentów na rok 2023 przedstawia postawy, opinie i oczekiwania kształtujące przyszłość sektora handlu detalicznego. Cykl koncentruje się na trzech kluczowych tematach:



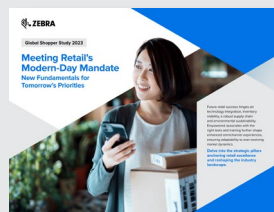
Oprócz zakupów

Jak klienci naprawdę postrzegają udane doświadczenia zakupowe?



Lepsze doświadczenia zakupowe w handlu detalicznym

Jak umożliwić pracownikom wzbogacenie interakcji z klientami?



Wyjście naprzeciw współczesnym wymaganiom handlu detalicznego
Nowe podstawy pozwalające spełnić priorytetowe wymagania w przyszłości

Aby zapoznać się z pełną treścią „Globalnego badania zachowań konsumentów na rok 2023”, wejdź na stronę zebra.com/shopperstudy

Informacje o firmie Zebra Technologies

Zebra (NASDAQ: ZBRA) umożliwia firmom z sektora handlu detalicznego i ich pracownikom prosperowanie w gospodarce „na żądanie”, zapewniając pełną widoczność, łączność i optymalizację pracy każdego pracownika pierwszej linii i zasobów na obrzeżach firmy. Zebra dysponuje siecią ponad 10 tys. partnerów w ponad 100 krajach i obsługuje firmy każdej wielkości, w tym 94% firm z listy Fortune 100. Zebra oferuje swoim klientom wielokrotnie nagradzane urządzenia, oprogramowanie, usługi i rozwiązania, które umożliwiają cyfryzację i automatyzację procesów roboczych.

Dowiedz się, w jaki sposób Zebra może pomóc sprzedawcom detalicznym zwiększyć rentowność firmy, jednocześnie poprawiając jakość obsługi klienta i zadowolenie pracowników. Zapraszamy na stronę: zebra.com/retail



Centrala regionu Ameryki Płn.
i Centrala Główna
+1 800 423 0442
inquiry4@zebra.com

Centrala regionu Azji
i Pacyfiku
+65 6858 0722
contact.apac@zebra.com

Centrala regionu EMEA
zebra.com/locations
contact.emea@zebra.com

Centrala regionu Ameryki
Łacińskiej
zebra.com/locations
la.contactme@zebra.com

ZEBRA i stylizowany obraz głowy zebry są znakami handlowymi firmy Zebra Technologies Corp. zarejestrowanymi w wielu jurysdykcjach na całym świecie. Wszystkie pozostałe znaki handlowe należą do odpowiednich właścicieli. ©2023 Zebra Technologies Corp. i/lub podmioty stowarzyszone.